

A » Einführung 14

- A.1 » Das erwartet Sie 15**
- A.2 » Wozu dient dieses Buch und
für wen ist es geeignet? 16**
- A.3 » Wie ist dieses Buch aufgebaut? 19**
- A.4 » Zu den Autorinnen, der Illustratorin
und dem Gestalter des Buchs 19**

| | | |
|------------|--|-----------|
| B » | Kreislaufwirtschaft: Denkansätze und Konzepte für Innovation & Transformation | 22 |
|------------|--|-----------|

| | | | | | |
|----------------|---|-----------|--------------|---|------------|
| B.1 | » Transformation hin zur Kreislaufwirtschaft | 23 | B.2.6 | » Ansatzpunkte, um Geschäftsmodelle in Kreislaufwirtschaft zu überführen | 43 |
| B.2 | » Kreislaufwirtschaft: Hintergründe, Prinzipien und Geschäftsmodelle | 26 | B.2.7 | » Ökonomische und sozio- ökonomische Aspekte | 51 |
| B.2.1 | » Problemverständnis | 26 | B.3 | » Methoden für die Gestaltung von Innovation und Transformation | 52 |
| B.2.2 | » Was bedeutet Kreislaufwirtschaft? | 27 | B.3.1 | » Voraussetzungen | 52 |
| B.2.3 | » Treiber der Kreislaufwirtschaft | 31 | B.3.2 | » Theorie U | 54 |
| B.2.3.1 | » Externe politisch normative Treiber | 31 | B.3.3 | » Systems Thinking | 58 |
| B.2.3.2 | » Wirtschaftliche Treiber auf Unternehmensseite | 33 | B.3.4 | » Design Thinking | 62 |
| B.2.3.3 | » Intrinsische Treiber auf Unternehmensseite | 35 | B.3.5 | » Storytelling | 66 |
| B.2.4 | » Grundprinzipien des Handelns | 35 | B.3.6 | » Die Verbindung der Methoden, Werkzeuge und Praktiken im Transformationsprozess | 69 |
| B.2.5 | » Passende Geschäftsmodelle | 38 | B.4 | » Circular-Design-Praxis | 74 |
| B.2.5.1 | » Vorüberlegung: Das Ende mitdenken | 38 | B.5 | » Endnoten und Literatur | 100 |
| B.2.5.2 | » Share/Product as a Service | 39 | B.5.1 | » Endnoten | 100 |
| B.2.5.3 | » Maintain/Prolong | 40 | B.5.2 | » Literatur | 104 |
| B.2.5.4 | » Reuse/Redistribute | 40 | | | |
| B.2.5.5 | » Refurbish/Remanufacture | 41 | | | |
| B.2.5.6 | » Recycle | 41 | | | |



Transformationsnavigator:
Phasen, Checklisten und Tools

116

| | | | | | |
|----------------|---|------------|----------------|---|------------|
| C.1 | » Phase 1: Bewusstwerdung | 119 | C.2.2.5 | » Impact-Gaps-Analyse | 144 |
| C.1.1 | » Entwickeln einer gemeinsamen Intention | 119 | C.2.2.6 | » Empathie für Nutzer durch qualitative Interviews | 148 |
| C.1.2 | » Tools und Praktiken | 123 | C.2.2.7 | » Sensing Journey | 152 |
| C.1.2.1 | » Haltung für die Zusammenarbeit im Team | 123 | | | |
| C.1.2.2 | » Generatives (schöpferisches) Zuhören | 124 | C.3 | » Phase 3: Synthese | 156 |
| C.1.2.3 | » Verbindung von Verstand, Herz und Hand | 126 | C.3.1 | » Teamsichtweise und Nutzerperspektive | 156 |
| C.1.2.4 | » Stakeholder-Interviews | 127 | C.3.2 | » Tools und Praktiken | 158 |
| C.1.2.5 | » Shadowing | 128 | C.3.2.1 | » Strukturiertes Storytelling zur Auswertung der Interviews | 158 |
| C.1.2.6 | » 3-D-Mapping | 130 | C.3.2.2 | » Daten auswerten, Bedürfnisse herausarbeiten und fokussieren | 159 |
| C.2 | » Phase 2: Verständnis | 135 | C.3.2.3 | » Nutzersicht formulieren | 161 |
| C.2.1 | » Herausforderungen ganzheitlich verstehen und Nutzer beobachten | 135 | C.3.2.4 | » Persona beschreiben | 162 |
| C.2.2 | » Tools und Praktiken | 138 | | | |
| C.2.2.1 | » Concept Map | 138 | C.4 | » Phase 4: Inspiration | 164 |
| C.2.2.2 | » Semantische Analyse | 139 | C.4.1 | » Das innere Wissen entstehen lassen | 164 |
| C.2.2.3 | » Charette | 140 | C.4.2 | » Tools und Praktiken | 166 |
| C.2.2.4 | » Vernetzungskreis | 142 | C.4.2.1 | » Der blinde Fleck in der Führung und die Umwendung des Blicks | 166 |

| | | | |
|---|-----|---|-----|
| C.4.2.2 » Journaling (angeleitet oder frei) | 168 | C.6 » Phase 6: Prototypenentwicklung | 202 |
| C.4.2.3 » U Journaling nach Otto Scharmer | 170 | C.6.1 » Entwickeln und Testen von Prototypen | 202 |
| C.4.2.4 » Übung: Mit Storytelling zur inneren Quelle | 173 | C.6.2 » Tools und Praktiken | 206 |
| C.4.2.5 » Systemaufstellungen, 4-D-Mapping, LEGO® SERIOUS PLAY® | 174 | C.6.2.1 » Prototyp entwickeln | 206 |
| C.5 » Phase 5: Ideengenerierung | 185 | C.6.2.2 » Testhypothesen formulieren und Testszenario planen | 207 |
| C.5.1 » Brainstormings und Ideenauswahl | 185 | C.6.2.3 » Nutzererlebnis testen | 214 |
| C.5.2 » Tools und Praktiken | 187 | C.6.2.4 » Iteration | 218 |
| C.5.2.1 » Anleitung für die Durchführung von Brainstormings | 187 | C.6.2.5 » Story Canvas | 218 |
| C.5.2.2 » Kreativitätstechniken | 188 | C.7 » Phase 7: Das Neue ins Leben bringen | 222 |
| C.5.2.3 » Inspirationskarten für die Transformation in die Kreislaufwirtschaft | 189 | C.7.1 » Rahmen/Raum für Ihre Transformation aufbauen und halten | 222 |
| C.5.2.4 » Storytelling zur Ideenpräsentation und -auswahl | 197 | C.7.2 » Ebenen der Kreislaufwirtschaft verbinden: vorher – nachher | 226 |
| C.5.2.5 » Ideenauswahl | 198 | C.8 » Praxisbeispiel aus dem Changemaker-Kontext | 228 |
| C.5.2.6 » 2x2-Matrix für die Ideenauswahl | 199 | » Dank | 233 |
| C.5.2.7 » Ideensteckbrief | 201 | | |